

VU Research Portal

Networking for Legitimacy

Stam, A.M.C.E.

2015

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

Stam, A. M. C. E. (2015). *Networking for Legitimacy: A Study of Entrepreneurial Networking and New Venture Legitimation in Dutch Healthcare*. [PhD-Thesis - Research and graduation internal, Vrije Universiteit Amsterdam]. Gildeprint.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

NEDERLANDSE SAMENVATTING

NETWERKEN VOOR LEGITIMITEIT: EEN STUDIE NAAR NETWERKACTIVITEITEN VAN ONDERNEMERS EN DE LEGITIMERING VAN INNOVATIEVE ONDERNEMINGEN IN DE NEDERLANDSE GEZONDHEIDSZORG

Behalve goede innovatieve ideeën hebben startende ondernemers ook organisatielegitimititeit nodig om innovaties naar de markt te brengen. Legitimititeit, of de sociale acceptatie van stakeholders, geeft starters toegang tot de benodigde bedrijfsmiddelen zoals investeringen en kennis die stakeholders veelal bezitten. Het ontwikkelen van legitimiteit is in ieder geval een complex proces voor organisaties maar helemaal voor kleine en private ondernemers die starten in gereguleerde markten van sociale goederen, zoals de gezondheidszorg, onderwijs en energie. In Nederland wordt in deze markten steeds meer ruimte voor concurrentie gemaakt. Bestaande literatuur pleit voor een verfijning van de bronnen en oorsprong van legitimiteit van startende organisaties. Daarom onderzoek ik in deze dissertatie de legitimatieprocessen van zorgondernemingen door te kijken naar de sociale netwerkactiviteiten van startende ondernemers in the empirische context van de Nederlandse gezondheidszorg. De gezondheidszorg is een sterk gereguleerde markt die wordt gekenmerkt door historisch instituties, strakke regelgeving, duidelijke waarden en normen en bestaande instellingen met gevestigde belangen. Om meer inzicht te krijgen in de rol van netwerkactiviteiten van zorgondernemers op dit proces voeren we in deze studie zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek uit. De hoofdvraag van deze dissertaties is daarmee *‘In welke mate verklaren variaties tussen, en binnen, de sociale netwerkactiviteiten van zorgondernemers en de wijze waarop zij stakeholders er al dan niet actief bij betrekken, variaties in de legitimering van startende ondernemingen in de Nederlandse gezondheidszorg?’* Deze dissertatie bestaat uit twee introducerende hoofdstukken over de literatuur en het ontwerp van dit onderzoek (1 en 2), vier empirische hoofdstukken (3, 4, 5 en 6) en een concluderend hoofdstuk (7).

Studie 1 *Ondernemerschap in Gereguleerde Markten: Hoe Nieuwe Toetreders Stakeholders Mobiliseren en Sociale Acceptatie voor Nieuwe Zorgondernemingen Realiseren in de Nederlandse Gezondheidszorg.* Deze studie past een gedragstheorie toe op ondernemen als activiteit en legt een verband tussen de vraag hoe ondernemers die opereren in verregaand geïnstitutionaliseerde en strak gereguleerde markten zoals de gezondheidszorg, sociale acceptatie voor nieuwe zorgondernemingen bewerkstelligen. We hebben drie case studies van ondernemingen en hun oprichters in de gezondheidssector geanalyseerd en vergeleken. Deze

casussen onderscheidden zich van elkaar in de mate waarin de zorginnovatie gericht waren op het product, het proces of een combinatie van de twee. We keken daarbij naar ondernemers en verschillen in de mate waarin deze stakeholders betrokken de ontwikkeling van prototypes van de innovaties en hier actief voor netwerken. We hebben gegevens verzameld via ego-netwerk analyses, stakeholder analyses en semigestructureerde interviews met een focus op de motivaties, het netwerkgedrag en de structuren van de ego-netwerken evenals de handelingen van de ondernemers. Uit deze data hebben we drie strategieën geïdentificeerd waarmee en waarop, zorgondernemers stakeholders betrekken via sociaal netwerkactiviteiten in de vroege fases van innovatieve ondernemingen in de gezondheidszorg. Dit zijn ‘actieve’-, ‘terughoudende’- en ‘vroegtijdige’ coördinatie. Het actief en vroegtijdig betrekken van stakeholders, en het organiseren van stakeholder dialogen duidt op succesvollere acceptatie van stakeholders van de zorgonderneming en zorginnovatie.

We concluderen dat het inbedden van een innovatieve onderneming in bestaande sociale structuren en praktijken strategisch wordt uitgevoerd door ondernemers die hun innovaties bewust integreren in de geïnstitutionaliseerde context door middel van actief sociaal netwerken. Een geslaagde introductie van de innovatie vereist meer dan het presenteren van een idee aan de omgeving. Individuele ondernemers dienen daarvoor collectief te handelen. Vanaf de exploratie en voorbereiding van een nieuwe innovatie maken ondernemers gebruik van lokale, regionale, sectorale en professionele groepen stakeholders en de dynamieken daarbinnen. We concluderen ook dat ondernemers in de gezondheidszorg zich vaak (te) weinig bewust zijn van, en zich (te) weinig richten op, de cruciale rol van het scheppen van sociale acceptatie en legitimiteit van hun zorgonderneming.

Studie 2 *Ingenieus ondernemershandelen: Kansontwikkeling door Institutioneel Werk*. In dit artikel werken we een ‘embedded case study’ uit waarbij we ons richten op ingenieus ondernemeractiviteiten en het institutioneel integreren van te ontwikkelen kansen. We stellen vast dat een legitimeringsproces zowel een strategie kan zijn alsmede een verzameling tactieken die door ingenieuze ondernemers wordt gebruikt. Institutioneel werk is het doelgericht acties van individuele en collectieve actoren om bestaande instituties te beïnvloeden, creëren of af te breken. In dit hoofdstuk stellen we een geïntegreerd perspectief voor op het institutioneel handelen als ingenieuze activiteit van ondernemers, met als doel het ontwikkelen van kansen. Ingenieus handelen duidt naar de ruimte die een sociale actor ziet of ervaart, tussen het constateren van een uitdaging en het ontwikkelen en implementeren van de oplossing. In ondernemerschapstermen verwijst dit naar de handelingen van de ondernemer die erop gericht zijn om ideeën en daden individueel en collectief te combineren

om kansen te benutten en obstakels te overwinnen tijdens de ontwikkeling van een nieuwe onderneming. Onze analyse is gebaseerd op een longitudinale case studie van een ondernemende verpleger die een zorgcoöperatie ontwikkelt voor het verlenen van thuiszorg door freelance thuiszorg verplegers. Zijn handelingen kenmerken zich door een doelgerichte logica. Door de institutionele context vanuit het perspectief van kansenontwikkeling te bekijken richten we ons op het dynamische karakter van kansenontwikkeling. Dit dynamische perspectief wordt meer en meer in gebieden van de organisatietheorie aangenomen.

Door onze studie naar de gedrags- en handelingspatronen van een ingenieuze ondernemer dragen we in dit hoofdstuk op drie manieren bij aan de integratie van onderzoek op het gebied van ondernemerschap en de ontwikkeling van instituties. Om te beginnen beschrijven we welke ondernemershandelingen kunnen worden gezien als het bewust beïnvloeden van institutionele patronen. Ook zijn we nagegaan op welke manier deze ondernemershandelingen institutionele processen beïnvloeden. Ten tweede verbreden en ontwikkelen we het perspectief op kansenontwikkelingen door te laten zijn dat de betrokkenheid van ingenieuze ondernemers bij het actief beïnvloeden institutionele processen bij de ondernemers de ruimte oprekt waarbinnen ondernemers nieuwe diensten en producten ontwikkelen. Ten slotte dragen we bij aan bestaande inzichten in ondernemerstaken door ondernemershandelingen in het ontwikkelen van kansen te duiden als, ‘destructieve handelingen’ en ‘constructieve handelingen’ en dit nauw met elkaar, en aan het ontwikkelen van sociale acceptatie van innovaties, te verbinden.

Destructieve handelingen zijn beïnvloedingsactiviteiten waarmee ondernemers nadelige effecten van oude denkpatronen betreffende de huidige oplossingen voor de problemen waarvoor een innovatie een uitkomst biedt. Ook hoe ondernemers de ongunstige en tevens institutioneel vastgelegde onvoordelige uitwerkingen van oud beleid weten uit te leggen aan grotere groepen stakeholders en goed beargumenteren dat deze de introductie van innovaties belemmeren communiceren met stakeholders. Hiermee creëren ondernemers, zelfs als deze met een klein idee beginnen en veel op eigen en individueel initiatief doen, cognitieve ruimte en een collectief bewustzijn onder verschillende stakeholder groepen voor de barrières die de innovatie belemmeren. Destructieve handelingen van ondernemers lopen vrij synchroon met de constructieve handelingen die ondernemers plannen en uitvoeren waarbij zij de nieuwe uitgangspunten voor, en de potentiële waarde van, innovaties en vooral de collectieve en individuele belangen van de innovatie benoemen en benadrukken voor verschillende stakeholder groepen. Vanuit die positie krijgen ondernemers bijval voor innovatie vanuit verschillende stakeholder groepen zodat deze collectief de innovatie gaan steunen.

Studie 3 *Hoe Ondernemers Netwerken: Een Configurationele Benadering.* Deze studie onderzoekt de netwerkactiviteiten van ondernemers als een aantal verzamelingen van netwerkpraktijken in het opstarten van nieuwe ondernemingen. We ontwikkelen en presenteren een theoretische gefundeerde en empirisch onderzochte ($n = 127$) configurationele benadering om te definiëren hoe ondernemers netwerken voor het verkrijgen van bedrijfsmiddelen. Daartoe classificeren we bestaande literatuur over de invulling van netwerkactiviteiten binnen de metatheoretische categorieën van netwerkontwikkeling van Rivera, Soderstrom & Uzzi (2010). Deze auteurs categoriseren netwerkmechanismen die de ontwikkelingen van dyadische relaties of ‘relaties tussen twee actoren’ in sociale netwerken duiden. Daarbij wijzen ‘assortatieve-mechanismen’ naar de manier waarop actoren op basis van eigenschappen of middelen die ze zelf niet hebben elkaar (uit)zoeken en relaties aan gaan. Daarnaast zijn er ‘relationele-mechanismen’ waar actoren op basis van statusposities en het prestige dat ze binnen een netwerk genieten, elkaar opzoeken wat mogelijk leidt tot een uitwisseling of relatie. Ten slotte zijn er ‘proximity-mechanismen’ of ‘nabijheid-mechanismen’ die betrekking hebben op de variabelen tijd en ruimte. Tijd en ruimte, en de mate waarin actoren die actief invullen en beïnvloeden of en waar relaties überhaupt kunnen ontstaan.

We hebben bestaande literatuur en onderzoek items die daarin gebruikt zijn om netwerkactiviteiten van ondernemers te meten, over deze drie categorieën gelegd en hiermee drie theoretische blokken van netwerkpraktijken van ondernemers noemen, ontworpen. Daarbij nemen we aan dat netwerkactiviteiten alleen de acties en activiteiten duiden maar dat het principe van praktijken (‘practices’) ook de strategische intenties van ondernemers en het plannen in netwerkactiviteiten behelst. Aan de hand van deze assortatieve-, relationele- en proximity netwerkpraktijken hebben we een survey ontwikkeld. Met de empirische gegevens van 127 nieuwe Nederlandse zorgondernemingen en hun zorgondernemers hebben we de blokken van netwerkpraktijken en de clusterintensiteiten, frequenties en voorkeuren van de startende zorgondernemers over en tussen de netwerkpraktijken, empirisch getoetst. Dit resulteerde in een typologie van verschillende soorten zorgnetwerkers en hun netwerkstijlen, bestaand uit ‘high allround netwerkers’ (HAN), ‘low allround netwerker’ (LAN) en ‘passief-gefragmenteerde netwerkers’ (PGN). Daarnaast hebben we ook de type netwerkers geïnterpreteerd door de drie netwerkstijlen aan specifieke socio-demografische van de ondernemers eigenschappen te verbinden.

We stellen vast dat ‘high allround netwerkers’ zorgondernemers zijn met een verhoogde intensiteit en allround netwerkactiviteiten die beter de doelstelling van sociale acceptatie van

hun zorginnovatie weten te behalen. We meten deze sociale acceptatie met twee verschillende maten. De eerste is een tastbare en meer objectieve legitimiteitsmaat die bestaat uit de mate waarin de ondernemer erin geslaagd is om een lening bij een bank te verkrijgen en de hoeveelheid strategische samenwerkingsverbanden deze heeft ontwikkeld. De tweede is een meer subjectieve maat van organisatielegitimiteit namelijk de mate waarin de ondernemer zelf vindt hoe de sociale acceptatie van zijn of haar innovatie is ten opzichte van die van andere zorgondernemers en de mate waarin de zorgondernemer zichzelf een opinieleider vindt. Ook hierin vinden we een verhoogde samenhang tussen netwerkgedrag van de zorgondernemer en de beide maten van sociale acceptatie van de zorgonderneming.

Onze conceptuele ontwikkeling en empirische validatie van configuraties van netwerkpraktijken, die we zien als stijlen van netwerkontwikkeling van ondernemers, brengen nuances aan tussen de traditionele insteek van de beperkende werking van de persoonlijke netwerken van actoren en die van individuele praktijken van actoren gericht op het ontwikkelen van nieuwe netwerk relaties.

Studie 4 *Een Sociaalhandelingsperspectief op Hoe Ondernemers Netwerken: De Rol van Netwerkreflexiviteit, hun Inzet van Technologische Ondersteuning en de Handelingswijzen in Relaties.* In deze studie onderzoek ik vanuit een sociaal handelingsperspectief de individuele netwerk intenties manieren en handelingen van ondernemers. Sociale handelingsperspectieven benaderen de activiteiten van sociale actoren als de sociale praktijken waarmee en hoe, actoren dingen voor elkaar krijgen in complexe omgevingen (Orr 1996). Ik hanteer een ontdekkingsgerichte ‘grounded theory’ data analyse strategie om nieuwe theorie te ontwikkelen over de wijze waarop ondernemers redeneren in netwerkpraktijken en deze vormgeven. Hiervoor combineer ik netnografie (het verzamelen van etnographische data maar dan online) en sociale netwerkanalyse. Ik bestudeer data van vier jaar van een Nederlandse verpleger met startambities en het idee voor een zorg coöperatie voor thuiszorg. Hij blogt actief en consequent over zijn opstartervaringen en beschrijft daarin gedetailleerd zijn eigen ervaringen en de institutionele barrières waar hij tegenaan loopt. Via de lezers van zijn blog en een online platform dat hij opzet, bouwt hij een community van stakeholders van zijn innovatie.

Deze studie brengt drie bijdragen. Ten eerste geeft een sociaal handelingsperspectief ons beter zicht op de manier waarop ondernemers bewust bezig zijn met het organiseren van sociaal kapitaal. Sociaal kapitaal van ondernemers is het vermogen van ondernemers dat verborgen ligt in haar of zijn persoonlijke netwerkrelaties. Persoonlijke relaties kunnen via de

middelen en de support die daarin uitgewisseld worden, bijdragen aan de ontwikkeling van een onderneming. Een sociaal handelingsperspectief maakt het ons, onderzoekers, mogelijk om de veranderende principes in, en effecten van, het organiseren van sociaal kapitaal door ondernemers te bestuderen. Specifiek komt daarbij naar voren dat welke, en de wijze waarop, ondernemers nieuwe communicatiemiddelen inzetten, de sociale en virtuele ruimten waarin zij netwerken beïnvloeden. Traditionele netwerktheorie en analyse nemen aan dat netwerkgedrag van, actoren, en de structuur van netwerken in, fysieke en virtuele omgevingen verschillen. De manier waarop in ondernemers onze moderne economie, naar nieuwe contacten en bedrijfsmiddelen zoeken de lijn vervaagt tussen de werkelijke sociale ruimte ‘face-to-face’ en de materiële ruimte; daar waar relaties via technologie tot stand komen. Het netwerken van ondernemer in de nieuwe tijd wordt daarmee een sociomateriële praktijk.

De tweede bijdrage ligt in de diepere betekenis van de reflexiviteit van ondernemers en de daarop volgende besluitvorming in hun netwerkpraktijken. Door netwerkreflexiviteit van ondernemers aan de hand van het concept van ‘praktische bewustzijn’ van sociale actoren (Emirbayer & Mische 1998) in kaart te brengen, ontwikkel ik drie theoretische dimensies die de wijze waarop ondernemers ‘omgaan met sociale relaties’ (‘tie handling’). Dit zijn ‘habitual tie handling’; op basis van gewoontes en routines van ondernemers zelf die hun netwerkactiviteiten vormgeven; ook is er ‘projective tie handling’ de dimensie die de strategische visie van de ondernemer zelf in verband brengt met de potentie die ondernemers zien in nieuwe relaties die ze ontmoeten en ook die ze hebben. Ten slotte is er ‘practical tie handling’ waarin ze netwerkactiviteiten feitelijk vorm geven en sociale situatie in zowel de sociale als de virtuele ruimten, zo praktisch mogelijk wordt ingericht om de doelstelling van effectieve uitwisseling van middelen te komen.

Via deze drie dimensies breng ik inzicht hoe deze ondernemer doelgericht zijn netwerk heeft ontwikkeld. Het onderzoeken van de mogelijkheden die nieuwe relaties met zich mee brengen kan het oordeel dat de ondernemer heeft met betrekking tot die relaties veranderen (‘het inventariseren’). Het inventariseren kan tevens weer de selectie, en de motivatie om met een nieuwe relatie wel of niet door te willen gaan voor ondernemersdoelstellingen, beïnvloeden. In de redeneringen van de ondernemer in het zoeken naar, en de besluitvorming in, het ontwikkelen van nieuwe relaties zie ik overeenkomsten met een ‘trriage techniek. Triage is een selectietechniek om prioriteiten te stellen die wordt toegepast door actoren in een organisatieomgeving waar een tekort aan hulpmiddelen en tijd is. De derde bijdrage in de vorm van een procesmodel waarin ik reflexiviteit en de tie handling samenvoeg. Mijn empirisch

onderbouwde dimensies van tie handling en de triage redenering in sociale relaties van ondernemers kunnen in toekomstig onderzoek als variabele worden geverifieerd om ook de individuele invloed van ondernemers op de ontwikkeling van hun sociaal kapitaal beter in kaart te kunnen brengen.

De vier studies in die proefschrift brengen samen inzicht in de variaties tussen, en binnen netwerkhandelingen en -activiteiten van zorgondernemers en het al dan niet actief betrekken van stakeholders in zoeken naar sociale acceptatie van startende zorgondernemingen. Daarbij heb ik de gezondheidszorg als onderzoek omgeving gehanteerd, een sector die wordt gekenmerkt door strakke governance-structuren en regelgeving, en die als gevolg daarvan hoogdrempelig voor toetreders en kleine ondernemers wordt gezien. Ik heb laten zien dat netwerkmotivaties afhankelijk zijn van strategische keuzes van zorgondernemers. Deze samenhang brengt onderscheidt in legitimatieprocessen doordat zorgondernemers variëren in de mate waarin zijn menen hun innovaties strategisch denken te moeten beschermen, of juist ervoor kiezen deze te rechtvaardigen en openbaar maken van de potentiële waarde van innovaties met stakeholders te delen. Ook constateerde ik ook dat startende zorgondernemers onderling verschillen in hun patronen van netwerkactiviteiten en de intensiteit daarvan, evenals in het gebruik en van technische communicatiemiddelen die zij inzetten om de netwerkactiviteiten te coördinatie en te realiseren. Daarbij is aangetoond dat beide factoren van invloed zijn op de ontwikkeling van strategische samenwerkingsverbanden en de mate waarin zorgondernemers bankleningen krijgen toegekend.

Tevens heb ik onderschreven dat er verschillen zijn in termen van de setting en behoefte van netwerkactiviteiten. De meeste ondernemers sturen vooral op sociale acceptatie van hun eigen zorgonderneming aan binnen hun persoonlijke en zakelijke netwerk en veel minder op het niveau van sociale acceptatie van hun zorgonderneming als nieuwe organisatievorm op sectorniveau. Op het niveau van de sector nemen de op legitimatie gerichte handelingen van ondernemers met vernieuwende organisatievormen patronen en acties van institutioneel werk: het bewust beïnvloeden van andere actoren en instituties door discussie en het creëren van samenwerkingsverbanden. Als gevolg daarvan, en op basis van de resultaten van ons onderzoek van de activiteiten van één individuele ondernemer, stel ik voor dat ondernemers waarschijnlijk ook verschillen in netwerkreflexiviteit en de manier waarop ze hun netwerk opbouwen en inrichten. Toekomstig onderzoek hiernaar is noodzakelijk.

Deze conclusies in ogenschouw nemend, stel ik uiteindelijk voor dat het waardevol en bruikbaar is om een theoretisch sociaal handelingsperspectief in het netwerken van

ondernemers verder te ontwikkelen. Een sociaal handelingsperspectief maakt het mogelijk om ons inzicht te vergroten in de dagelijkse handelingen en redenering van ondernemers in het netwerken als sociale verrichting. Ook stelt het ons in staat om de zelforganiserende principes die ondernemers daarbij hanteren beter te benoemen en te begrijpen. Een sociaal handelingsperspectief zal de ogenschijnlijk alledaagse microgrondslagen van het waarom, hoe en waar ondernemers, netwerken naar voren brengen.